

계란은 먹어야 보약이 된다

옛 말에 “구슬은 끼어야 보배”가 된다 했듯이 계란은 먹어야 비로소 보약이 된다. 완전식품인 계란을 소비자들이 먹기 번거롭다 하여 찾지 않으면 가치는 빛이 바랜다. 그 동안 계란은 우리에게 더할 나위 없이 귀중한 식품으로 알려져 왔다. 최근에는 다이어트 식품으로 더 각광을 받고 있어 소비활성화 측면에서 작으나마 새로운 변화의 조짐이 기대된다. 단백질 공급원으로써 그 무엇과도 바꿀 수 없는 우수한 식품이라는 점은 모두가 공감하고 있다.

계란은 알려진 대로 영양가는 높고, 칼로리는 낮은 식품군에 속한다. 소화 흡수가 잘 되며, 가격 또한 저렴한 특징이 있다. 계란의 내용물은 수분이 약 75%를 차지하며 나머지는 단백질 12%, 지방 11%, 탄수화물 0.5%, 무기물 1.5%로 구성되어있다. 만일 60g의 계란 한 알을 먹으면 단백질 7.2g과 지방 6.6g을 손쉽게 얻을 수 있다. 계란 단백질은 성장에 필요한 필수 아미노산 함유량이 모유 다음으로 많다. 이 밖에도 고품질의 단백질, 각종 필수아미노산, 비타민, 미네랄 등도 풍부하여 우수하다고 평가를 받는다. 이런 이유 때문에 우유와 함께 완전식품으로 꼽힌다. 하지만 영양적으로 우수한 계란의 소비가 선진국에 비해 낮은 수준이라 아쉬움이 크다.

요즈음은 소득 수준이 높은 만큼 먹을 것도 많고, 다양해졌다. 그래서 각자가 취향에 맞게 음식을 골라먹는다. 그러다 보니 식사에 대한 생각도 바뀌어가는 분위기이다. 아침 식사를 거

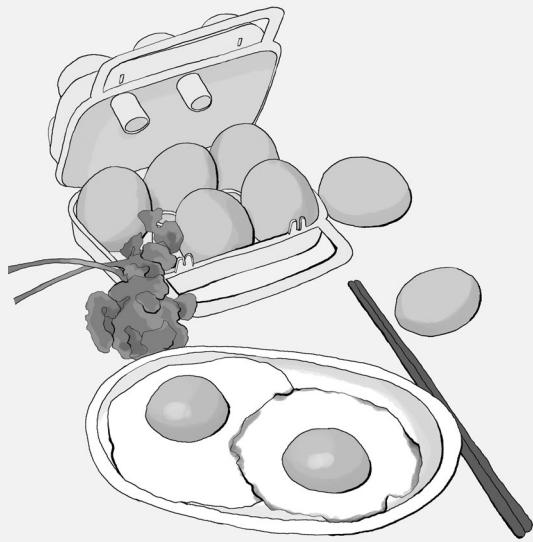


김 용 호
(재)생명사랑하림재단 국장

르기도 하고, 심지어 하루 한 끼만 먹는 경우도 있다. 아침에 구운 빵 한 조각과 진한 커피 한잔으로 끼니를 해결하는 모습은 더 이상 낯선 광경만은 아니다. 소비자들이 계란 요리 하는 것을 귀찮아하면 소비 증가는 기대하기 어려워진다. 그러므로 소비자들이 지속적으로 계란과 접하게 해주어야 한다.

채란업계가 과거부터 계란 소비를 늘리고자 펼쳐온 홍보사업은 높은 점수를 받을 만하다. 대한양계협회를 필두로 1980년대 중반부터 대대적인 소비홍보 사업을 펼쳐 타 축종의 모범이 되기도 하였다. 한때는 “알 먹고 키 자랑, 닭 먹고 힘 자랑!”이란 표어를 내걸고 아이들의 키를 크게 키우고 싶어하는 주부들의 마음을 사로잡는 기법으로 계란의 우수성을 알린 적도 있다. 이런 노력들로 인해 채란업은 규모 면에서 상당한 발전을 이루었다. 1988년에 총 4천2십만수의 산란계가 2012년에는 6천3백만수로 증가하여 산란율 향상을 감안하지 않더라도 공급이 약 1.6배 정도 커졌다. 계란 소비도 동 기간 중 수입을 제외하고 1인당 9.5kg에서 12.1kg으로 늘어 인구 증가에도 불구하고 1.3배가 신장되었다.

계란 소비 확대를 위해 칡즙의 판매 방식을 타 산지식으로 삼아보면 어떨까 한다. 칡뿌리는 이미 오래 전부터 소화를 돋고, 숙취 해소에도 좋다 하여 각광을 받아왔다. 소비자들이 쉽게 구입하여 먹게끔 유통구조를 갖춤으로써 소비 확대를 꾀한 점은 눈여겨볼 만하다. 칡즙을 마시려고 산에 자생하는 칡뿌리를 직접 캐어 즙을 내기란 어려울 뿐 아니라 지속하기도 어렵다. 이제 칡즙은 레토르트 파우치로 포장되어 마트에서 판매하거나 인터넷 주문 시대를 열어 소비자들이 원하면 항상 구입이 가능하다. 결국 접



근성과 편리성을 높여주어 소비를 신장시킨 점을 예의주시했으면 한다.

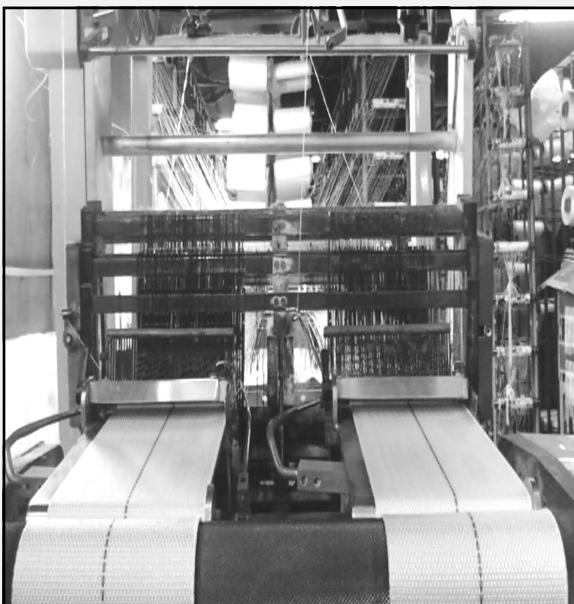
최근 들어 다시 계란 소비가 완만해지고 있다는 우려하는 목소리가 들린다. 이는 채란업 발전에 장애요인이므로 원인부터 찾아 개선할 필요가 있다. 홍보 방법도 과거는 좀 다르게 다양화 시켜야 한다. 소비자들은 계란과 관련된 정보에 접근할 기회가 많아져 자칫 영양적인 우수성만 강조한다면 좀 진부하다는 반응을 보일 수도 있다. 이보다는 계란을 쉽게 먹도록 접근성과 편리성을 높여주어야 한다. 소비자들의 선택 기준은 점점 까다로워지며, 다양해지고 있다. 이런 소비 경향에 맞는 상품개발은 더할 나위 없이 중요해지고 있다. 요즘은 독신가구가 증가하고, 노령층이 많아지면서 집에서 소비하는 음식의 양은 적어지는 반면에 외식의 비중은 점차 높아지고 있다. 일본의 유통업계는 이런 점을 고려하여 소포장 상품으로 새롭게 시장을 공략하고 있다. 아침 식사로 밥에 날계란을 비벼 된장국에 구운 생선을 곁들여 먹는 일본인의 계란

소비는 세계 수준에 올라있다.

그러나 우리는 밥을 먹는 식습관이 있음에도 불구하고 식탁에서 계란 요리를 접하기란 그리 쉽지 않다. 아마도 바쁘다 보니 아침에 계란 요리를 하는 것보다 간편히 데워서 먹는 요리를 더 선호하기 때문인 것 같다. 이처럼 소비자들은 이제 단순한 계란 프라이 요리 조차 번거롭고, 어렵다고 생각하는지도 모른다. 그들의 의중을 잘 헤아려야 하는 시점이다. 계란이 싫어서가 아니라 요리 과정과 사후 처리가 부담스럽기 때문에 빚어지는 현상이라면 이를 해소할 수 있는 요리법이나 요리기구 개발도 검토해 봄직하다.

신세대들은 요즘 요리하는 과정이 길다거나 구입이 번거로우면 선택조차 하지 않는 경향을 보이고 있다. 계란 요리도 예외는 아니다. 이제

는 계란이 완전식품이라 하여 무조건 먹는 시대는 아니다. 바쁜 사람들이 장소나 시간에 구애 받지 않고 간편히 먹을 수 있는 음식이 필요해지는 세상이다. 그래서 스크램블에그샌드위치나 어묵, 전과 같은 음식은 편리성 때문에 매년 시장규모가 커지는 것으로 분석하고 있다. 시대 흐름과 유행에 맞는 음식 개발은 소비 신장을 위해 필수요인이 되어가고 있다. 먹거리에 계란 요리가 많이 추가된다면 계란 소비는 그에 비례하여 증가할 것이다. 집에서 계란 한판을 구입하여 상당 기간 동안 냉장고에 보관될 때 이를 굽거나 삶아 놓으면 생각보다 좋은 반응을 보일 때가 있다. 이는 접근성과 편리성을 높여주면 소비는 자연스럽게 증가한다는 사실과 상품개발의 필요성을 알려주는 듯하다. **양계**



세대섬유

경기도 양주시 유양동 583-1
전화 : (031)856-3546 FAX : (031)856-4251
H·P : 019-489-3510 E-mail : ykja2124@hanmail.net

집란벨트 생산전문

품목

집란벨트(100,105mm)
집란벨트 고리

농협 : 356-0171-2888-93(예금주 : 윤기진)